

学校编码: 10384

学 号: 200415058



分类号____密级____

UDC _____

廈門大學

硕 士 学 位 论 文

中国民营企业捐赠问题研究

Study on the Chinese Private Entrepreneur Donation

陈剑斌

指导教师姓名: 章达友 副教授

专 业 名 称: 工商管理(MBA)

论文提交日期: 2007 年 11 月

论文答辩时间: 2007 年 12 月

学位授予日期: 2007 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2007 年 11 月

中国民营企业捐赠问题研究

陈剑斌

指导教师: 章达友 副教授

厦门大学

厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。
本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以
明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其他指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非营利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

- 1、保密（ ），在 年解密后适用本授权书。
- 2、不保密（ ）

作者签名：

日期： 年 月 日

导师签名：

日期： 年 月 日

厦门大学博士论文摘要库

摘要

中国共产党的十六届四中全会，明确提出把“健全社会保险、社会救助、社会福利和慈善事业相衔接的社会保障体系”作为构建社会主义和谐社会的必要措施。我国慈善事业的发展处于起步阶段，现阶段的慈善捐赠以民营企业捐赠为主，但数量很少。中国民营企业决定企业捐赠，所以中国民营企业捐赠的发展对我国的慈善事业以及建设和谐社会有着举足轻重的作用。

本文从企业家捐赠内涵、企业社会责任、企业发展阶段和企业家社会心理学等理论出发，结合企业家捐赠的实践和特点，从观念认识、企业发展阶段、社会环境、慈善体制和税收制度等角度剖析当前中国民营企业捐赠发展落后的原因，在观念转变、社会心理学角度、文化氛围、税收政策、慈善机制和政府推进等方面给出了推进中国民营企业捐赠的对策，得出中国民营企业捐赠状况完全可以得以改善的结论，力图改变我国“富豪榜”与“慈善榜”不相匹配的现状，进而以期能对中国慈善事业的发展及和谐社会的构建有所裨益。

全文共分六个部分：第一部分是绪论，介绍了论文研究的动机、意义、思路和写作框架；第二部分是企业家捐赠相关理论的介绍和分析；第三部分通过对四位国内外企业家捐赠的实践和特点的介绍，为下面的分析和找出对策提供启示；第四部分着重分析我国民营企业捐赠的现状和存在的问题；第五部分探讨我国民营企业捐赠的意义并多角度地给出推进我国民营企业捐赠的对策；第六部分是全文的结语。

关键词：民营企业；企业家捐赠；社会责任

厦门大学博硕士论文摘要库

ABSTRACT

The 4th plenary session of 16th Central Committee session of China Communist Party explicitly proposed “establishing the social security system which involves the social insurance, the society rescued, the social welfare linked up with philanthropy” to be the necessity to construct harmonious society. Chinese philanthropy is still under the beginning stage, the current status of charitable donation is mainly comprised of private corporate donation, and the amount is minimal. Chinese private entrepreneurs determine the corporate donation. Thus, Chinese private entrepreneur donation plays a key role in the development of our country’s philanthropy and in the creation of harmonious society.

This thesis sets off to discuss entrepreneur donation from the conception of entrepreneur donation, the corporate social responsibility, the corporate development stage and the entrepreneur social psychology, combining with the practical implementation, analyzing reasons behind the slowly development on Chinese private entrepreneur donation from different angles like the concept recognition, the corporate development stage, the social environment, the charity system and the tax system. It also provide the prescription to improve the Chinese private entrepreneurs donation in several respect such as the concept variety, social psychology, culture, taxation, charity mechanism, and government. Reach an ultimate conclusion that there is still room for improvement on the Chinese private entrepreneur donation, to change the current mismatching situation between the “rich list” and the “philanthropist list”, and with the hope of bring benefits to the development on Chinese philanthropy and social harmony.

This thesis is comprised of six portions. The first is introduction, explaining the motive, value, train of thought and framework of this thesis; the second is discussion on related theories for entrepreneur donation; the third is simple introduction on the practical implementation of entrepreneur donation within and outside China, with four entrepreneurs’ representative examples, to find the revelation for the following analysis and solution; the fourth just concentrate at analyzing Chinese private entrepreneur donation implementation status and some existing problem; the fifth is discussing the significance of Chinese private

entrepreneur donation and provide solution from different angle on how to further advance it; the last sixth is a conclusion on the whole thesis.

Key Words: Private Enterprise; Entrepreneur Donation; Social Responsibility.

厦门大学博硕士论文摘要库

目 录	
第一章 绪论	1
第一节 研究的动机和意义.....	1
第二节 研究思路和写作框架.....	3
第二章 企业家捐赠的相关理论概述	4
第一节 企业家捐赠与企业捐赠的关系.....	4
第二节 企业家捐赠的概念和层面.....	4
第三节 企业家捐赠与企业社会责任.....	5
第四节 企业家捐赠与企业发展阶段.....	7
第五节 企业家捐赠与企业家社会心理.....	8
第三章 国内外企业家捐赠的实践特点及启示	10
第一节 若干企业家捐赠实践和特点.....	10
第二节 企业家捐赠实践启示	17
第四章 我国企业家捐赠的现状和问题分析	199
第一节 我国企业家捐赠的现状.....	19
第二节 我国企业家捐赠的问题.....	19
第三节 我国企业家捐赠问题产生的根源.....	20
第五章 推进我国企业家捐赠的意义和对策	26
第一节 企业家捐赠对我国的现实意义.....	26
第二节 推进我国企业家捐赠的对策.....	27
结 语	40
参考文献.....	41
致 谢	44

厦门大学博硕士论文摘要库

CONTENTS

Chapter 1	Introduction.....	1
Section 1	The motivation and significance of the research	1
Section 2	Main thoughts and the frame of the research.....	3
Chapter 2	Related theories of entrepreneur donation	4
Section 1	The relationship of entrepreneur donation and corporate donation.....	4
Section 2	The conception of entrepreneur donation	4
Section 3	The entrepreneur donation and corporate social responsibility	5
Section 4	The entrepreneur donation and corporate development stage	7
Section 5	The entrepreneur donation and entrepreneur social psychology	8
Chapter 3	The domestic and foreign entrepreneur donation	10
Section 1	The practice and characteristic of some entrepreneur donation	10
Section 2	The apocalypse of entrepreneur donation.....	17
Chapter 4	The current status and problem of Chinese entrepreneur donation.....	19
Section 1	The current status of Chinese entrepreneur donation	19
Section 2	The problem of Chinese entrepreneur donation.....	19
Section 3	The springhead of Chinese entrepreneur donation's problem.....	20
Chapter 5	The significance and countermeasure of Chinese entrepreneur donation	26
Section 1	The significance of Chinese entrepreneur donation	26
Section 2	The countermeasure of Chinese entrepreneur donation.....	27
Conclusion	40
References	41
Acknowledgement	44

厦门大学博硕士论文摘要库

第一章 绪论

第一节 研究的动机和意义

《新华字典》中对“捐”的解释是：“捐助或献出”，对“赠”解释为：“把东西无代价地送给别人”，^①合二为一，捐赠就是把东西无偿地捐助或献出给别人。企业家捐赠亦即捐赠主体为企业家的捐赠行为。中国的企业主要分为三种：国有企业、民营企业和三资企业。国有企业的捐赠虽然由管理者（企业家）决策，但属国有财产的再分配，往往属于响应国家慈善政策要求或执行慈善救助任务，一般不归为企业家捐赠；三资企业，其捐赠一般与企业战略有关，以企业的名义进行捐赠，与企业家的关联度较小，所以此两种企业及其企业家都不在本论文的研究范围。而中国的民营企业，其捐赠一般采取企业家捐赠的形式，企业家的捐赠直接关系到企业家的个人财富和人生理念，所以本文选取的研究主题是中国民营企业（尤其是改革开放以后涌现的民营企业）捐赠问题。为求论文的语言简练和行文严谨、流畅，下文中除了需强调民营性质而特别标明之外，一般将民营企业和民营企业家简称为企业和企业家，同理，企业捐赠和企业家捐赠指的是民营企业捐赠和民营企业家捐赠。

中国人乐善好施的传统美德绵延数千年，秉承了这一美德的中国民营企业也不乏其人。随着中国经济的快速成长，中国民营企业的数量和规模不断增长，涌现了一大批有雄厚实力和慈善情怀的民营企业，中国民营企业家的慈善捐赠在整个社会的慈善捐赠中的比例越来越大。

然而，我们也应看到中国民营企业家在慈善事业上做得突出的并不多，在国内知名度最高的福布斯和胡润两种专门对中国大陆非国有企业（主要是民营企业）进行排名的“中国慈善榜”和“中国富豪榜”上都出现了两榜的民营企业不匹配的现象，例如在“中国慈善榜”排名居首的中国慈善代表黄如论、余彭年等人，他们在“中国富豪榜”上并没有占据太显眼的位置，而很多在“中国富豪榜”上赫赫有名的富豪却没能出现在相应的“中国慈善榜”上。而且，从总体上看，中国民营企业家捐赠的参与度不够，数量偏少。

^① 《新华字典》，商务印书馆，1998年版，P255、P616。

崛起的中国，已经深刻感受到慈善事业之于国家的建设发展和社会稳定和谐的重要作用，人民需要慈善事业，慈善事业更需要全民的参与。

中国民营企业家的捐赠已成为我国慈善事业的重要组成部分，正确认识这一社会现象，发现其中存在的问题，深入研究中国民营企业家捐赠的理论基础、心理动机、捐赠方式和捐赠途径，以便探寻更好的激励措施、捐赠平台和捐赠环境，尽快改变“慈善榜”和“富豪榜”不相匹配的现状，争取更多的中国民营企业家参与捐赠，加大捐赠投入，使这一社会资源得到更有效的配置，促进中国慈善事业的发展，加快构建和谐社会，正是本文的研究动机。

企业家捐赠，从达成的效果来看，是一种多赢的局面，对企业家、企业、受益人和社会来说都是受益匪浅、意义深远。

美国钢铁大王卡内基说：“在巨富中死去是一种耻辱”。追逐利润不是企业家经营企业的最终目标和人生的目的，盈利是继续企业生命和实现最终目标和人生追求的必要条件，是手段而不是目的，企业家的终极目标是奉献社会、完善人生，企业家捐赠是企业家为达成目标的实践，它使企业家“达则兼济天下”的愿望得以实现，慈善良知得到慰藉，精神层面得到满足。

对民营企业而言，企业家捐赠代表着企业捐赠，就是履行企业的道德责任。企业的发展离不开国家政策的扶持、公众全面的支持、安全有序的市场环境和社会氛围，企业的生产经营活动不可能脱离社会而孤立存在。企业通过捐赠回报社会，既表现了企业的道德良知，又建立了企业良好的公众形象和社会地位，更有助于企业的健康、可持续发展。

企业家捐赠的受益人一般是弱势群体、低收入人群，对他们来讲，捐赠正如雪中送炭，解决了他们经济上的窘困，缓解了生活压力，给了他们重新融入社会、脱贫致富的勇气和希望。

企业家捐赠可以帮助贫困地区、救助贫困人群，用财富造福社会，用爱心和行为回报社会，可以解决由于收入差距过大而引起的广泛而深刻的利益矛盾，体现社会进步和文明的程度，弥合因收入差距过大形成的人际冲突和社会裂痕，减少社会的不稳定因素，促进国民收入的再分配，消除分配不公，为建设以公正为基础的和谐社会做出重要贡献。

通过研究，促进中国民营企业家捐赠，使企业家捐赠的意义得以实现，造

福社会、造福人民，是本文研究的意义所在。

第二节 研究思路和写作框架

本文将从企业家捐赠的相关理论出发，参考国内外企业家的捐赠实践和特点，对中国民营企业捐赠的现状和存在的问题进行分析，寻找推进我国民营企业捐赠的对策，以求改变中国民营企业捐赠落后的现状，促进中国慈善事业的发展。

本论文的写作框架如下：正文分五个部分，第一部分阐述企业家捐赠的相关理论（第二章）；第二部分介绍有代表性的四位国内外企业家捐赠的实践特点及其给我们的启示（第三章）；第三部分深入分析中国民营企业捐赠现状和存在的问题（第四章）；第四部分在上面三个部分论述、分析的基础上，研究并给出推进中国民营企业捐赠的对策（第五章）；最后一部分为结语。

第二章 企业家捐赠的相关理论概述

第一节 企业家捐赠与企业捐赠的关系

企业家个人捐赠和企业捐赠在很大程度上可归于同一命题。这是因为企业家决定企业的生存和发展，他们对企业的捐赠有决定话语权。企业就像商海中的一艘船，企业家就是船长，他决定船的航向和水手们的行为。当企业有能力、有意愿进行捐赠时，虽说这里面可能有企业公共关系营销的需要、有企业文化长期熏陶的结果，但最根本的决定权和最大的动力在于企业家个人。在中国，民营企业家就是企业的董事长或总经理，在企业（特别是家族型企业）中一般是控股股东，在企业的经营决策上都是一言九鼎，起决定作用，企业捐赠当然不例外。

因此，中国的民营企业的捐赠大多以企业家的名义进行，首先是因为民营企业与他的企业基本上是共生体，就像你很难区分我国民营企业家世纪金源集团董事局主席黄如论的捐赠是企业家黄如论的捐赠还是世纪金源集团的捐赠；其次，中国民营企业家往往拥有很多个不同名称的企业，以企业家名义进行捐赠，可以树立一面总的旗帜，作为所有企业的总代言人或形象代表，这样，企业家捐赠所带来的社会赞誉、商誉及良好形象，可以同时惠及所有该企业家拥有的企业，比单个企业进行捐赠的效果好多了。

在美国，慈善捐赠近 80%也是来自企业家个人，来自企业的捐赠只占了 10%多一些，其余来自各类基金会^①。其中的原因是，美国企业很难取得股东一致同意捐赠的决策，一般是企业利润分配之后由股东个人去捐赠，像比尔·盖茨拿自己名下的资产成立基金会，是企业家个人捐赠，而不是微软公司的企业捐赠。

第二节 企业家捐赠的概念和层面

顾名思义，企业家捐赠就是指企业家在慈善、教育及社会服务机构中，无

^①王晶：“榜单取消背后：谁戳了慈善事业的痛处”，《中国经营报》2007年5月21日，A8版。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库